

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan kewajiban umat Islam di mana dakwah dalam pengimplementasiannya merupakan upaya mengajak seseorang atau sekelompok orang agar selalu mengerjakan kebaikan-kebaikan dan kebenaran selaras dengan tuntunan ajaran agama Islam baik dalam kehidupan pribadi maupun kehidupan sosial (Thoifah, 2015), seperti yang tercantum dalam QS. An-Nahl /16 : 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahan :

“Seruhlah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Dalam melakukan aktivitas dakwah, umat Islam menggunakan berbagai macam media yang dirasa lebih efektif untuk digunakan salah satunya melalui media sosial. Dakwah memang harus mengikuti perkembangan zaman agar dapat mewujudkan keberhasilan dakwah secara optimal. Begitupula dengan pemilihan media sebagai sarana pendukung keberhasilan dakwah yang akan disampaikan kepada para *mad'u*.

Kemajuan media sosial memang sangat berpengaruh dalam pola dan gaya hidup masyarakat sehari-hari. Salah satu pengaruhnya membuat masyarakat tidak perlu lagi keluar rumah untuk mendapatkan informasi, karena hampir semuanya sudah ada di media sosial. Di sinilah terdapat peluang bagi para dai untuk

berdakwah tanpa harus bertemu atau bertatap muka langsung kepada para *mad'u* untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam (dakwah).

Melihat media sosial yang saat ini semakin berkembang dan sangat menentukan sikap serta perilaku masyarakat, memang tak salah jika para dai menjadikan media sosial sebagai salah satu media dakwah yang banyak digunakan oleh para dai dalam menyebar luaskan ajaran agama Islam. Mudah-mudahan mendapatkan informasi serta jangkauan yang semakin luas membuat media sosial menjadi salah satu media dakwah yang sangat berpengaruh untuk digunakan dalam penyebaran ajaran agama Islam.

Dakwah melalui media sosial saat ini telah memberikan suatu gambaran baru mengenai kesuksesan dakwah. Dai tidak lagi menjadi faktor utama dari diterimanya pesan-pesan dakwah secara maksimal oleh *mad'u* (objek dakwah) karena terbukti dalam konteks dakwah di media sosial, *mad'u* tidak hanya menerima pesan-pesan dakwah secara pasif. Mereka justru secara aktif mengelola dan memaknai pesan-pesan yang mereka terima dan sering tidak terpengaruh oleh identitas penyampaiannya (Fakhruroji, 2019).

Media sosial sebagai salah satu media dakwah dapat dijadikan sebagai ruang ekspresi keagamaan Islam serta memiliki potensi lanjutan dalam menyebarkan ajarannya. Bagi umat Islam yang memiliki kewajiban untuk berdakwah, kehadiran media sosial merupakan modal dasar bagi lahirnya model-model atau pola-pola aktivitas dakwah yang mungkin sama sekali baru. Namun sebagaimana yang dipahami bersama, media sosial bukanlah ruang informasi dengan karakteristik yang homogen. Semua jenis informasi muncul di media sosial, mulai dari informasi keagamaan hingga perjudian yang memiliki potensi sejajar antara satu dengan yang

lainnya. Bahkan dalam informasi keagamaan sering muncul informasi yang kontra produktif dan dipandang menyesatkan serta sangat merugikan.

Kemunculan pesan-pesan kontra produktif tersebut pada dasarnya tidak disebabkan oleh para dai, akan tetapi kebanyakan disebabkan oleh penafsiran ulang terhadap apa yang telah disampaikan dai kepada *mad'u* melalui media sosial, kemudian mereka kirim kembali di media sosial sesuai dengan penafsiran mereka masing-masing. Kecenderungan seperti inilah yang sering muncul dalam aktivitas dakwah di media sosial, yang tak jarang menimbulkan konflik antar sesama penganut agama Islam sendiri. Menurut Nurudin (2018) media sosial memang telah mengubah proses alur pesan yang beredar, di mana kontrol pesan berada pada khalayak atau individu sendiri, berbeda dengan kontrol pesan yang berada pada lembaga penyiaran informasi seperti televisi, radio dan surat kabar.

Di Indonesia sendiri penggunaan media sosial dari tahun ke tahun terus meningkat berdasarkan laporan *we are social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang sementara dari website Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet saat ini mencapai 63 juta orang dari angka tersebut 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia lebih aktif menggunakan media sosial pada jenis aplikasi jejaring sosial seperti *facebook*, *twiter*, *instagram* dan lain-lain.

Ketergantungan masyarakat secara umum dalam menggunakan media sosial pada kehidupan sehari-hari juga telah dirasakan oleh masyarakat yang berada di

Kelurahan Atari Indah yang masih tergolong wilayah pedesaan. Berdasarkan observasi awal dari penulis menemukan bahwa, di Kelurahan Atari Indah media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah jenis media sosial jejaring sosial yaitu *facebook*. Selain menjadikan *facebook* sebagai alat komunikasi, juga telah dijadikan sebagai sarana jual beli *online*, media diskusi dan dijadikan sebagai sarana penyebaran ajaran agama, khususnya untuk agama Islam yaitu dakwah melalui media sosial *facebook*.

Dakwah melalui *facebook* di Kelurahan Atari Indah juga sudah dirasakan oleh masyarakat. Seperti yang kita ketahui dakwah melalui media sosial seperti *facebook* tidak dibatasi dengan jarak. Olehnya itu, baik dai yang berasal dari Kelurahan Atari Indah maupun dai yang berasal dari luar Kelurahan Atari Indah dapat menyampaikan ajaran agama Islam (dakwah) kepada masyarakat di Kelurahan tersebut.

Dakwah melalui media sosial dapat diukur efektivitasnya melalui respon *mad'u* terhadap dakwah yang disampaikan oleh para dai. Penelitian Wahyuddin (2020) juga menjelaskan bahwa dakwah yang kita sampaikan akan efektif ketika penerima atau pendengar merespon dan memberikan perubahan pada dirinya serta akan lebih sering menonton atau menyukai konten dakwah yang ditawarkan oleh dai.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, serta melihat fenomena dakwah di media sosial yang terjadi pada Kelurahan Atari Indah maka penulis merasa perlu melakukan penelitian untuk memberikan suatu gambaran atau informasi yang lebih spesifik tentang “Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial *Facebook* di Kelurahan Atari Indah, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan”.

1.2 Fokus Penelitian

Agar permasalahan yang dikaji dalam hasil penelitian ini tidak terlalu meluas maka peneliti memfokuskan pada efektivitas dakwah di Kelurahan Atari Indah melalui media sosial *facebook*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah media sosial *facebook* efektif digunakan sebagai media dakwah di Kelurahan Atari Indah?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dakwah melalui media sosial *facebook* di Kelurahan Atari Indah?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu kepada judul dan permasalahan dalam penulisan proposal penelitian ini, maka dapat dikemukakan tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan ini yaitu:

1. Untuk mengetahui efektivitas dakwah melalui media sosial *facebook* di Kelurahan Atari Indah.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dakwah melalui media sosial *facebook* di Kelurahan Atari Indah.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharap dapat memberikan tambahan keilmuan serta sebagai referensi atau rujukan dan sebagai bahan masukan kepada para dai dalam melakukan aktivitas dakwah melalui media sosial *facebook* di Kelurahan Atari

Indah yang kemudian dijadikan bahan analisis lebih lanjut dalam rangka meningkatkan efektivitas dakwah melalui media sosial *facebook* di Kelurahan Atari Indah.

2. Secara Praktis

a. Bagi masyarakat

Sebagai bahan saran dan masukan kepada para dai dalam melakukan aktivitas dakwah melalui media sosial *facebook*. Kemudian dapat menjadi bahan informasi bagi masyarakat (*mad'u*) tentang dakwah yang dapat diakses melalui media sosial seperti *facebook*.

b. Bagi akademik

Penelitian ini menjadi tambahan referensi buku-buku perpustakaan IAIN Kendari.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat mempermudah peneliti selanjutnya dalam hal mendapatkan informasi.

1.6 Definisi Operasional

Adapun yang menjadi definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang telah direncanakan.
2. Dakwah adalah upaya mengajak seseorang atau sekelompok orang agar selalu mengerjakan kebaikan-kebaikan dan kebenaran selaras dengan tuntunan ajaran agama Islam baik dalam kerangka kehidupan pribadi, sosial, maupun pembangunan bangsa.

3. Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah facebook. *Facebook* merupakan aplikasi media sosial jenis jejaring sosial yang dapat digunakan untuk bertukar informasi serta tidak dibatasi oleh jarak dan waktu

